



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM ORGANISASI

2.1 Profil dan Sejarah Organisasi

Fokus Pada Keluarga atau yang dikenal dengan *Focus On The Family (FOF)* adalah sebuah gerakan yang dimulai pada tahun 1977 oleh lembaga afiliasinya yang terletak di Colorado Springs, Amerika Serikat. *Focus On The Family* didirikan oleh seorang pakar psikolog ahli pemulihan keluarga yang bernama Dr. James Dobson dan sekarang dijabat oleh Jim Daily. Lembaga ini dimulai di Indonesia untuk memberikan nilai-nilai positif bagi kehidupan keluarga dan untuk memperlengkapi keluarga di seluruh Indonesia. Tentunya keluarga itu bukan hanya sekedar hubungan antara orang tua tetapi di dalamnya termasuk juga kepada anak-anak. *Focus on The Family Indonesia (FOFI)* sendiri didirikan pada tahun 1996 yang menjadi salah satu department di *World Harvest* oleh Dr. Jimmy Oentoro dan alm. Dr. Johannes Oentoro, Ph.D dengan tujuan untuk memulihkan dan memberdayakan keluarga di Indonesia.

2.1.1 Sejarah Singkat World Harvest



Gambar 2.1 Logo World Harvest

World Harvest merupakan organisasi nirlaba yang didirikan oleh Dr. Jimmy Oentoro beberapa tahun silam. Organisasi ini terletak di kawasan

Lippo Karawaci yang memegang tiga pilar utama dalam pembangunan organisasinya. Tiga pilar tersebut adalah komunitas, pendidikan dan pelayanan media. Dalam hal ini *world harvest* ingin mewujudkan kesejahteraan khususnya bagi orang-orang yang tidak mampu. Pelayanan kesehatan dan pendidikan menjadi salah satu Misi *World Harvest* dalam mewujudkan cita-citanya.

World Harvest memiliki beberapa departemen yaitu *Harvest Community Development (HCD)*, *Harvest Christian School (HCS)*, *Harvest International Theological Seminary (HITS)*, *STMIK Harvest*, dan *Focus on the Family Indonesia (FOFI)*.

2.1.2 Sejarah Singkat *Focus on The Family Indonesia*

Sesuai dengan sejarah singkat *Focus on The Family* yang telah dijelaskan di atas, lembaga ini dimulai di Indonesia untuk memberikan nilai-nilai moral bagi kehidupan keluarga dan untuk memperlengkapi keluarga di seluruh Indonesia. *FOFI* memberikan pelayanan seperti: seminar untuk mencegah keruntuhan sebuah keluarga, seminar dan pelatihan untuk mengatasi trauma yang dihadapi para remaja, pelatihan konseling, dan juga penyediaan informasi seputar keluarga.

Pada tahun 1996, *FOFI* sudah mulai melebarkan sayapnya dengan masuk pada 10 radio swasta di Indonesia dengan tujuan memulai layanan konselingnya lewat radio dan mulai mengadakan seminar *parenting dan relationship*. Pada tahun yang sama juga *FOFI* memulai pelayanannya dengan menerbitkan buku-buku yang mengajarkan tentang *parenting* yaitu untuk orang tua dan juga *relationship* yang dapat meliputi hubungan antar pasangan ataupun hubungan dengan anak dan hubungan dengan orang lain juga. Sebagai suatu lembaga afiliasi keluarga, *FOFI* juga menunjukkan kepedulian terhadap korban bencana tsunami Aceh di tahun 2004 dengan membantu memulihkan mereka dari sisi psikologis sampai tahun 2005. Serta pada tahun 2009 *FOFI* membantu memulihkan keluarga-keluarga yang menjadi korban gempa di Padang. Di tahun 2007, lahirlah program *No Apologies* untuk

menjawab keinginan *FOFI* dalam menangani dan menaungi anak muda yang ada di Indonesia.

Hingga akhirnya pada tahun 2013, *FOFI* sudah berhasil menjangkau jutaan pendengar melalui sarana Radio Republik Indonesia. Dan pada tahun 2014, *FOFI* melakukan restrukturisasi manajemen. *FOFI* pada generasi yang baru ini dipimpin oleh Valerie Mellanov Gan sebagai direktur baru yang diangkat oleh dewan penasihat. Mengingat akan penjangkauan *FOFI* yang sampai ke seluruh Indonesia, maka *FOFI* dengan manajemen baru memutuskan untuk mengambil langkah maju ke *marketplace* dan berkembang melalui komunitas-komunitas yang ada di Indonesia untuk memberdayakan masyarakat dan mengembalikan tradisi kehidupan keluarga Indonesia.

Sampai saat ini *FOFI* sudah berhasil menjangkau lebih dari 5219 individu yang terbagi dalam 104 program *relationship*, 1640 program *parenting* dan 3475 dalam program *No Apologies*. *FOFI* telah melakukan total lebih dari 60 pelayanan dengan 981 keluarga yang berjanji untuk menjaga keutuhan keluarganya dalam 16.000 kasus dan 1460 jam konseling. Sehingga pada tahun 2015 sampai sekarang, *FOFI* mulai untuk mau melebarkan jangkauan aktivitas pelayanannya untuk seluruh keluarga di Indonesia lewat strategi yang digunakannya selama ini.

2.1.3 Visi dan Misi *Focus on The Family Indonesia*

Adapun visi dan misi dari *FOFI* yang dikutip dari *annual report* dan *company profile FOFI* adalah sebagai berikut:

2.1.3.1 Visi *Focus on The Family Indonesia*

“Komunitas yang membangun dan memberdayakan komunitas-komunitas untuk merestorasi kehidupan keluarga Indonesia.”

2.1.3.2 Misi *Focus on The Family Indonesia*

- a. Merestorasi hubungan keluarga.
- b. Mempersiapkan keluarga untuk generasi masa depan.

- c. Membangun kehormatan, martabat, dan pemenuhan panggilan hidup melalui teladan keluarga.

2.1.4 Logo *Focus on The Family Indonesia*

Logo *Focus on The Family Indonesia* ini sudah melakukan re-branding dari logo sebelumnya. Re-branding logo dilakukan pada *Focus on the Family Colorado* yang disosialisasikan dan digunakan oleh seluruh cabang *Focus on The family*.



Gambar 2.2 Logo Focus On The Family Indonesia

Logo *Focus on the Family Indonesia* adalah cerminan sebuah keluarga yang terdiri dari sepasang orang tua dan satu orang anak yang tampak dalam bentuk siluet. Di sana tidak terdapat wajah orang tua tetapi terdapat gambar lengan orang tua yang menggambarkan bahwa orang tua akan selalu hadir untuk membimbing dan memegang tangan anak-anaknya selama masa hidup anaknya. Kedua tangan tidak memegang terlalu erat dalam arti kata mereka terbuka, memelihara dan menerima ketidaksempurnaan manusia dan bersedia untuk selalu berada di sana melalui semua cobaan hidup dan penderitaan.

Di sana terdapat jari orang tua yang memegang tangan anak menggambarkan bahwa orang tua selalu menawarkan dukungan yang konsisten melalui semua tahapan kehidupan. Orang tua yang akan selalu ada dan siap untuk menangkap anak ketika dia terjatuh. Kemudian wajah anak kecil itu tidak terlihat tapi tampak bahwa anak kecil yang memandang ke atas dalam diam melambungkan anak meminta bimbingan dan cinta yang lebih dari orang tua nya.

Logo dengan coretan yang mengelilingi keluarga melambangkan bahwa tantangan yang dihadapi keluarga saat ini makin kompleks. Coretan itu rata dan sedikit terdapat banyak lubang yang menandakan bahwa menjalani kehidupan keluarga memang tidak mudah namun visi bagi keluarga tetap konstan, seperti yang digambarkan dalam ketajaman siluet keluarga. Penggunaan warna di logo ini adalah mengkombinasikan warna *turquoise* dan biru untuk mencerminkan kehidupan. Jenis huruf yang klasik dan tidak sulit untuk diingat guna untuk memperkuat kesan dikenali dan akrab. Huruf “O” dan “C” saling terkait untuk melambangkan kedekatan dan keterikatan yang tidak mengenal tanda putus antar anggota keluarga sampai maut yang memisahkan.



Gambar 2.3 Program Pelayanan FOFI

2.1.5 Tentang Program Acara

FOFI memiliki acara untuk membangun hubungan antar suami-istri menjadi lebih harmonis yang bernama *Date Night*, ini merupakan acara makan malam spesial yang bertujuan untuk menginspirasi pasangan agar kembali berinvestasi dalam hubungan pernikahan mereka, setiap pasangan menyediakan waktu dari jadwal sibuk masing-masing untuk berkencan dengan pasangan mereka. Keluarga yang berhasil menjaga keutuhan pernikahan tidak hanya akan menguntungkan diri sendiri, tetapi juga memberikan teladan yang baik

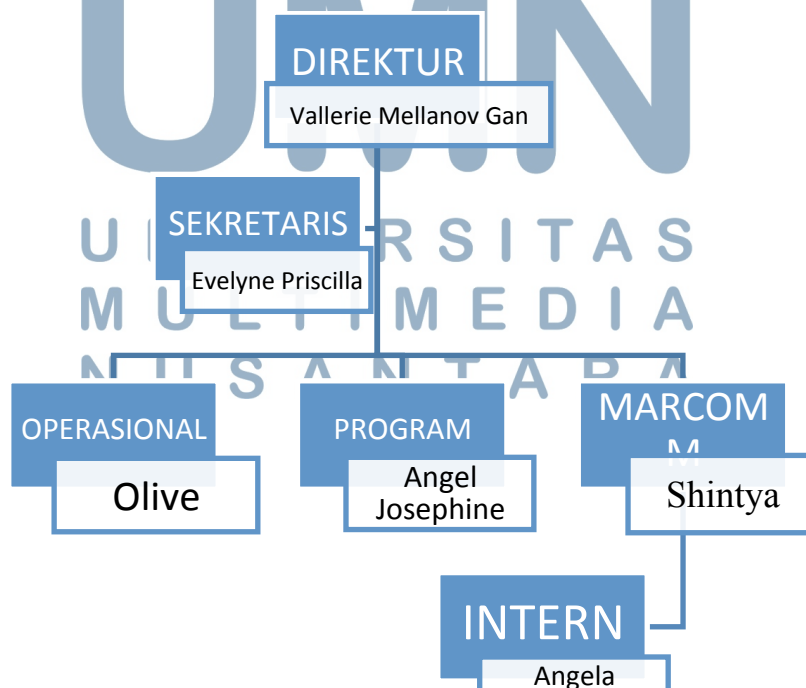
untuk anak-anak dan lingkungan sekitar. Dalam acara ini, *FOFI* menekankan pentingnya pernikahan yang kokoh dalam membangun kehidupan keluarga yang berkembang.

FOFI memiliki acara untuk membangun hubungan lebih erat antara ayah dan putri, acara ini bernama *Date with Dad*, acara istimewa yang dirancang dalam bentuk kengan makan spesial bersama diperuntukkan bagi para ayah dan putrinya sehingga dapat memberikan kesempatan untuk para ayah membangun ikatan keakraban bersama putrinya melalui beberapa aktivitas bersama. Saat acara makan bersama berlangsung, akan tersedia banyak kesempatan bagi para ayah untuk mengukuhkan komitmen mereka sebagai seorang ayah yang akan mengasahi, menjaga, dan meyakinkan remaja putrinya untuk menjaga kesuciannya. Akhir dari acara ini yaitu *purity ring* di mana sang anak berjanji dihadapan sang ayah untuk menjaga kekudusan dan keperawanannya hingga menikah. Berbeda dengan *Adventure with dad*, acara ini dipersembahkan sang ayah untuk putranya agar mereka dapat berpetualang bersama melakukan aktivitas-aktivitas lelaki yang dapat memperkuat kepercayaan dan membangun *leadership* putranya. Akhir acara event ini yaitu *love letter* di mana sang ayah dan putranya masing-masing menuliskan harapan dan impian mereka masing-masing ke depannya.

Ayah dan ibu merupakan sosok penting dalam kehidupan anak yang dapat membentuk karakter hidup seseorang. Jika *Date with Dad* dan *Adventure with Dad* menunjukkan betapa pentingnya sosok ayah, *FOFI* juga menyediakan acara untuk sang ibu agar lebih mengenal sosok anaknya, acara ini bernama *Mother and Daughter Connection*, acara yang dipersembahkan untuk para ibu dan putrinya agar mereka dapat meluangkan waktu untuk membangun persahabatan dan rasa aman. Diikuti dengan seminar yang akan mengajarkan bagaimana seorang ibu menjadi *role model* bagi anaknya dan bagaimana mempraktikan *5 Love Languages* melalui *real act* dan *spoken words*. Para ibu dan putrinya juga dapat saling memberikan dorongan dan

semangat melalui *games* yang dirancang untuk membangun kekompakan antara ibu dan putrinya. Selain itu, terdapat *Mother and Teens Connection* di mana ibu dan anak membangun kenangan manis yang akan merestorasi ikatan mereka. Sering kali kenakalan remaja terjadi akibat dari kurangnya perhatian dari orangtua. Perhatian yang dibutuhkan anak-anak remaja sering kali dalam bentuk pengertian, komunikasi, dan dorongan. Oleh karena itu, dengan menghabiskan waktu bersama untuk saling memahami satu sama lain para ibu dan anak dapat membangun ikatan yang lebih kuat. Tujuan dari acara ini yaitu menyediakan kesempatan untuk para ibu dengan anak-anak remajanya untuk saling berkomunikasi, saling memberi semangat, dan saling memahami. *Mother and Son Connection* yang merupakan acara yang dipersembahkan para ibu kepada putranya untuk meluangkan waktu bersama seperti membuat sandwich atau makanan lainnya. Tujuan acara ini yaitu untuk memberikan waktu eksklusif kepada para ibu dan anak laki-lakinya untuk mengembangkan dan memperkaya ikatan mereka melalui seminar dan aktivitas-aktivitas seru.

2.2 Struktur Organisasi Focus on The Family Indonesia



Bagan 2.1 Struktur Organisasi *FOFI*

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam *Focus on The Family Indonesia*, divisi yang menjalankan fungsi/tugas *PR* yaitu *Marketing Communication* juga berhubungan dengan berbagai pihak terkait yang ada dalam struktur organisasi *FOFI* sebagai berikut:

1. Direktur adalah pimpinan tertinggi *Focus on The Family Indonesia* yang ikut andil (mengetahui dan menyetujui) dalam segala jenis aktivitas *FOFI*.
2. Sekretaris organisasi yang menggantikan posisi direktur saat tidak ada. Sekretaris organisasi terlibat dalam pembuatan notulensi rapat, surat perjanjian kerjasama serta *MOU* kerjasama yang berkaitan dengan aktivitas *FOFI* sendiri.
3. Divisi program yaitu merancang konsep acara dan mengatur segala bentuk hal yang berkaitan dengan pembagian kerja acara
4. *Marketing and Communication* di *Focus on The Family* bertugas untuk menyampaikan kepada publik tentang *brand FOFI* dan membuat segala jenis materi yang berhubungan dengan promosi. Divisi ini dikepalai oleh seorang *Supervisor Marketing Communication* yang terbagi dalam dua divisi yaitu *Public Relations* dan *Fund Raising*.
5. *Fund Raising* memiliki tanggung jawab untuk mengurus bazar dan mengurus penjualan *merchandise* atau produk. Membangun hubungan baik dengan para donatur dan *volunteer*.
6. *Public Relations* bertanggung jawab untuk melakukan membangun *brand awareness* melalui media promosi, *social media*, dan *event* eksternal yang biasanya berhubungan dengan *fund raising*. Membangun hubungan yang baik dengan sponsor, media dan *volunteer*. *Public Relations* juga bekerjasama dengan divisi program untuk menyiapkan beberapa *event* yang berhubungan dengan *fundraising* atau program dari *Focus on the Family Indonesia*.